

Pengembangan Inovasi UMKM Wong Djamoë Di Desa Pulosari Kabupaten Jombang

¹⁾Taysa Adila*, ²⁾Mayga Putri Shabella, ³⁾Yogi Pratama Putra, ⁴⁾Diana Hertati

^{1,2,3,4)}Program Studi Administrasi Publik, UPN “Veteran” Jawa Timur

Email Corresponding: 20041010225@student.upnjatim.ac.id*

ABSTRAK

Kata Kunci:

Jamu
Inovasi
UMKM
Branding
Digital Marketing

Jamu merupakan minuman tradisional yang menjadi salah satu warisan, dengan memanfaatkan rempah-rempah yang tumbuh di Indonesia. Produk “Wong Djamoë” ini merupakan olahan inovasi produk jamu yang dipasarkan dalam bentuk yogurt dan ice cream yang memiliki rasa jamu tradisional seperti rasa jahe, kencur, kunyit, dan temulawak. Namun, dalam segi branding UMKM ini sedikit kurang, yaitu kurangnya tanda pengenal dari rumah produksi dan dari segi kemasan. Tujuan umum kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur ini adalah untuk membantu pengembangan inovasi produk dengan melakukan branding produk dan digital marketing kepada UMKM Wong Djamoë di Desa Pulosari. Metode pengabdian yang dilakukan oleh penulis diawali dengan kunjungan kepada mitra untuk melakukan kegiatan FGD (Focus Group Discussion) dengan pelaku UMKM jamu. Hasil dari FGD, inovasi produk yang dilakukan ini merupakan proses pengembangan produk baru dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen, meningkatkan daya saing, dan menciptakan nilai tambah. Karena di era perkembangan teknologi yang pesat saat ini, mendorong para pelaku UMKM harus beradaptasi dalam mengembangkan bisnis mereka dengan memanfaatkan teknologi yang ada. Maka pada tahap ini dilakukan kegiatan pembuatan website UMKM dan melakukan foto produk kembali di Desa Pulosari yang menampilkan seluruh produk - produk UMKM desa tersebut beserta keterangan informasinya.

ABSTRACT

Keywords:

Jamu
Innovation
MSME
Branding
Digital Marketing

Jamu is a traditional drink which is one of the heritages, by utilizing spices that grow in Indonesia. This “Wong Djamoë” product is an innovative product of herbal medicine which is marketed in the form of yogurt and ice cream which has traditional herbal flavors such as ginger, kencur, turmeric, and temulawak flavors. However, in terms of MSME branding, this is a little lacking, namely the lack of identification from the production house and in terms of packaging. The general purpose of this community service activity carried out by UPN “Veteran” East Java students is to help develop product innovation by carrying out product branding and digital marketing for UMKM Wong Djamoë in Pulosari Village. The dedication method carried out by the author begins with visits to partners to carry out FGD (Focus Group Discussion) activities with herbal MSMEs practitioners. The results of the FGD, product innovation carried out is a process of developing new products with the aim of meeting consumer needs, increasing competitiveness, and creating added value. Because in the current era of rapid technological development, it encourages MSME actors to adapt in developing their business by utilizing existing technology. So at this stage activities were carried out to create an MSME website and take product photos again in Pulosari Village which displayed all MSME products in the village along with information.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



I. PENDAHULUAN

Di Indonesia, UMKM merupakan salah satu aspek penting yang sangat berpengaruh dalam perekonomian. Dengan adanya UMKM bermanfaat bagi masyarakat dalam memberikan kesempatan kerja melalui produk terbaik yang dihasilkan agar dapat berkontribusi terhadap pemasukan daerah. Pada era revolusi industri 4.0 UMKM di Indonesia mewajibkan pemilik serta pengelola UMKM agar dapat bersaing dengan UMKM yang serupa maupun berbeda produk. UMKM juga merupakan wadah bagi masyarakat yang memiliki penghasilan rendah untuk menjalankan kegiatan ekonomi produktif (Arifqi, 2021). Sehingga, Indonesia yang berada di garis khatulistiwa dengan iklim tropis memiliki potensi dapat menanam tumbuhan-tumbuhan yang tidak bisa tumbuh di iklim lain. Rempah-rempah yang ada menjadi salah satu tumbuhan yang banyak ditanam dan

1848

dimanfaatkan keberadaannya. Rempah-rempah yang tumbuh di Indonesia ada sekitar 7.500 jenis dan 1.200 jenis tanaman rempah itu diantaranya digunakan sebagai obat-obatan herbal atau jamu.

Sebagian besar kota di Indonesia pasti terdapat penjual jamu yang dijual keliling daerahnya. Seperti kita ketahui bersama bahwa lingkungan di dunia bisnis terus mengalami pertumbuhan dan perubahan yang semakin cepat setiap tahunnya. Hal itu mendorong banyaknya bermunculan bisnis baru di berbagai kategori, baik barang maupun jasa. Seperti halnya bisnis jamu yang semua orang dapat membuat bisnis tersebut. Maka dari itu berbagai inovasi produk juga dilakukan agar para konsumen tidak merasa bosan dan jenuh dengan produk yang sudah ada. Jamu merupakan minuman tradisional yang menjadi salah satu warisan, dengan memanfaatkan rempah-rempah yang tumbuh di Indonesia. Jamu tersebut dapat berupa rajangan maupun serbuk yang siap digunakan dengan cara diseduh. Pada umumnya jamu dapat digunakan sebagai pemeliharaan kesehatan, pencegahan penyakit, pengobatan penyakit, pemulihan kesehatan, kebugaran, dan kecantikan. Secara umum jamu ini tidak memiliki efek samping dan tidak beracun, karena menggunakan bahan-bahan alami. Terdapat banyak jenis jamu diantaranya seperti beras kencur, kunyit asam, brotowali, temulawak, dan yang lainnya. Jamu tersebut memiliki manfaat pada setiap masing - masing jenisnya sesuai bahan yang digunakan. Khasiat jamu telah teruji oleh waktu, zaman dan sejarah, serta bukti empiris langsung pada manusia selama ratusan tahun. Karena jamu memiliki banyak manfaat yang baik bagi kesehatan, masyarakat memanfaatkan hal tersebut untuk mendapatkan penghasilan dari penjualan jamu.

Salah satu UMKM yang memanfaatkan rempah-rempah untuk dijadikan jamu adalah UMKM “Wong Djamoe”. UMKM ini terletak di Desa Pulosari Kabupaten Jombang. Namun, yang membedakan “Wong Djamoe” dengan penjual lainnya adalah dari segi inovasi produk jamu yang dibuat dan dari kemasan yang sudah menggunakan botol serta pemasarannya sudah digital. Produk “Wong Djamoe” ini dipasarkan dalam bentuk *yogurt* dan *ice cream* yang memiliki rasa jamu-jamu tradisional seperti rasa jahe, kencur, kunyit, dan temulawak. Inovasi yang dilakukan Wong Djamoe yakni dipengaruhi oleh kebanyakan minuman jamu yang dijual dalam bentuk serbuk siap diseduh dan dalam bentuk kemasan botol siap minum. Selain itu, dipengaruhi juga oleh terdapat kelompok peternak sapi perah. Sehingga, karena dari kreativitas pemilik UMKM “Wong Djamoe” ini mereka menghasilkan produk jamu-jamu tersebut.

Namun, dalam proses promosi dan pemasaran mereka kurang memperhatikan 2 aspek penting di dalamnya yaitu branding produk dan digital marketing. Walau disebutkan dalam pemasarannya sudah digital tetapi belum mumpuni. Sehingga tujuan umum kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan di Desa Pulosari Kabupaten Jombang oleh kelompok 4 KKNT MBKM mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur ini adalah untuk membantu pengembangan inovasi produk dengan melakukan branding produk dan digital marketing kepada UMKM Wong Djamoe di Desa Pulosari. Dengan adanya kajian ini tujuan penulis adalah memberikan sebuah pengalaman dalam bidang usaha dan memberikan sebuah gambaran bahwa banyak bahan-bahan dasar ataupun produk yang sudah ada itu dapat dilakukan sebuah inovasi.

II. MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, masalah yang dihadapi oleh UMKM Wong Djamoe ini terdapat pada kurangnya pengenalan produk mereka karena salah satunya adalah tidak adanya tanda pengenal di rumah produksinya. Selain itu, proses pemasaran yang sudah digital itu hanya berupa promosi dari aplikasi WhatsApp saja. Sehingga dari permasalahan yang ada, kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan sebuah FGD (*Focus Group Discussion*), sosialisasi digital marketing dan branding, serta pendampingan.



Gambar 1. Foto Sosialisasi Digital Markerting dan Branding Di Balai Desa Pulosari

III. METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada para pelaku UMKM yang dilakukan di Desa Pulosari, Kecamatan Bareng, Kabupaten Jombang Jawa Timur dalam jangka waktu dari bulan Maret hingga Juni tahun 2023. Sesuai dengan permasalahan yang dialami oleh UMKM “Wong Djamoé” di Desa Pulosari, Kecamatan Bareng maka penulis melakukan rencana pelaksanaan kegiatan pengembangan inovasi UMKM seperti pada gambar 1 berikut :



Gambar 2. Bagan Rencana Pelaksanaan Kegiatan Pengembangan Inovasi UMKM

Kegiatan ini diawali dengan kunjungan kepada mitra UMKM bernama Farid Kurnia Sandi untuk melakukan penggalan informasi yang diberikan oleh pelaku UMKM jamu sebagai koresponden, tim pengabdian kegiatan FGD (*Focus Group Discussion*) dengan pelaku UMKM jamu. Dengan adanya menemukan beberapa permasalahan yang dialami sehingga dapat direncanakan langkah atau solusi yang tepat untuk mengatasinya. Kami menggunakan metode FGD (*Focus Group Discussion*) merupakan pendekatan yang umum digunakan untuk mengumpulkan data atau informasi pada penelitian kualitatif. Sehingga kami menggunakan metode ini karena efektif untuk mendapatkan inti dari permasalahan yang dialami oleh pelaku UMKM secara langsung. Selain itu, dengan menggunakan metode FGD kami dan pelaku UMKM dapat berdiskusi secara langsung untuk mencari solusi yang tepat untuk kendala yang dihadapi.

Tahapan berikutnya yaitu memberikan sebuah sosialisasi Branding dan Digital Marketing untuk memberikan pandangan pada para pelaku UMKM mengenai pentingnya cara pemasaran produk untuk usaha yang mereka jalankan agar sesuai dengan minat pasar dalam peningkatan produksi ataupun penjualan.

Tahapan terakhir yaitu implementasi rencana kegiatan pengembangan inovasi yang telah dibuat pada UMKM “Wong Djamoé”. Pada tahapan ini, kami melakukan melalui dua tahap yaitu implementasi digital marketing dan branding produk. Setelah melakukan rembuk bersama rekan-rekan pengabdian masyarakat, adapun implementasi digital marketing yang dilakukan adalah memutuskan untuk membuat website UMKM beserta keterangannya guna mempermudah pemesanan, serta harga dari produk yang dijual.

Sedangkan tahap branding dilakukan dengan merancang kembali bentuk kemasan yang digunakan. Setelah mendapatkan bentuk kemasannya, kami membantu proses produksi yogurt jamu, dilanjutkan dengan melakukan foto produk kembali atau bisa disebut rebranding.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Inovasi produk adalah proses pengembangan dan perubahan produk yang ada atau pengembangan produk baru dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen, meningkatkan daya saing, dan menciptakan nilai tambah. Inovasi produk melibatkan pemikiran kreatif, penelitian, pengembangan teknologi, dan perbaikan dalam desain, fitur, kualitas, atau fungsi produk. Pada inovasi produk pembuatan produk dapat bermanfaat dan memenuhi kebutuhan konsumen sehingga muncul minat beli terhadap produk inovasi baru tersebut sehingga inovasi produk sangatlah penting. Inovasi pada sebuah produk dapat menciptakan peluang dan daya tarik bagi UMKM dalam meningkatkan usaha yang mereka miliki.

Yogurt adalah produk olahan susu yang difermentasikan oleh bakteri asam laktat yang bermanfaat bagi kesehatan, terutama untuk menjaga asam lambung serta menekan pertumbuhan bakteri patogen pada usus. Adapun beberapa manfaat apabila mengonsumsi Yogurt diantaranya dapat menurunkan tekanan darah, menjadi sumber protein yang baik bagi tubuh, dapat menurunkan berat badan, memperkuat sistem imun atau memperkuat sistem kekebalan tubuh dalam melawan bakteri maupun infeksi, menjaga kesehatan tulang, melancarkan sistem pencernaan, dan menyehatkan jantung. Sebagian besar masyarakat biasanya mengenal yogurt sebagai olahan minuman susu fermentasi bermanfaat bagi pencernaan manusia yang memiliki rasa original ataupun buah - buahan. Berbeda dengan orang dewasa, yogurt tersebut banyak diminati hanya oleh kalangan muda karena rasanya yang asam. Sedangkan jamu adalah minuman berkhasiat berasal dari rempah - rempah asli Indonesia yang jarang diminati kalangan muda karena rasanya kurang cocok bahkan pahit, sehingga sebagian besar hanya diminati oleh orang dewasa. Maka dari itu dalam kegiatan KKNT (Kuliah Kerja Nyata Tematik) yang dilakukan oleh mahasiswa dan mahasiswi selama kurang lebih 3 bulan ini, menemukan salah satu UMKM yang dapat dikatakan memiliki produk lebih unik daripada produk UMKM lain. Salah satu UMKM yang ada di Desa Pulosari Kecamatan Bareng, Kabupaten Jombang Jawa Timur melakukan sebuah inovasi dengan mengolah jamu menjadi yogurt dan ice cream. Produk dari UMKM "Wong Djamoe" ini dijalankan oleh pemuda bernama Farid Kurnia Sandi.

Pelaksanaan kegiatan pengembangan inovasi UMKM Wong Djamoe ini dimulai dengan berkunjung terlebih dahulu kepada mitra UMKM, pada hari Kamis tanggal 30 Maret 2023 jam 13.00 WIB untuk melakukan diskusi agar mendapatkan informasi serta permasalahan yang dialami oleh UMKM tersebut, sehingga dapat memberikan solusi dari permasalahan yang dialami. FGD berlangsung selama kurang lebih 60 menit. Pada tahap ini ditemukan beberapa permasalahan yang dialami oleh UMKM "Wong Djamoe" yaitu kurangnya pemahaman pemilik UMKM terkait pentingnya branding produk serta digital marketing, sehingga menyebabkan keterbatasan jangkauan pemasaran produk yang telah dihasilkan.



Gambar 3. FGD dengan Pelaku UMKM "Wong Djamoe"

Sumber : dokumen pribadi

Selanjutnya penulis dan rekan pengabdian masyarakat melakukan sosialisasi *Branding* dan *Digital Marketing* pada hari Minggu tanggal 7 Mei 2023 pukul 10.00 - 12.00 WIB di Balai Desa Pulosari, Kecamatan Bareng. Sosialisasi yang dilakukan ini dihadiri oleh narasumber yang merupakan dosen Program Studi Kewirausahaan UPN “Veteran” Jawa Timur, beberapa pemilik UMKM yang ada disekitar, serta pemuda Desa untuk memberikan pandangan terutama pada para pelaku UMKM mengenai pentingnya branding dan digital marketing. Penulis bersama rekan pengabdian masyarakat memberikan pemaparan informasi terkait bagaimana cara pemasaran produk untuk usaha yang mereka jalankan agar sesuai dengan minat pasar dalam peningkatan produksi ataupun penjualan.

Kegiatan berikutnya yaitu implementasi rencana kegiatan pengembangan inovasi yang telah dibuat pada UMKM “Wong Djamoe”. Pada tahapan ini, kami melakukan melalui dua tahap yaitu implementasi digital marketing dan branding produk. Setelah melakukan rembuk bersama rekan - rekan pengabdian masyarakat, adapun implementasi digital marketing yang dilakukan adalah memutuskan untuk membuat website UMKM. Karena di era perkembangan teknologi yang pesat saat ini, mendorong para pelaku UMKM harus beradaptasi dalam mengembangkan bisnis mereka dengan memanfaatkan teknologi yang ada. Pada tahap ini dilakukan kegiatan pembuatan website UMKM, yang didalamnya tidak hanya terdapat UMKM “Wong Djamoe” melainkan juga terdapat UMKM lain yang berada di Desa Pulosari. Web site adalah media yang dapat digunakan untuk memperluas serta memudahkan mitra untuk promosi serta memasarkan produk - produk UMKM (Bukit et al., 2019). Di dalam website tersebut menampilkan seluruh produk - produk UMKM desa tersebut beserta keterangan informasinya terkait informasi produk, alamat rumah produksi, nomor telepon guna mempermudah pemesanan, serta harga dari produk yang dijual. Website pemasaran UMKM desa Pulosari ini di handle oleh pelaku UMKM Wong Djamoe yaitu Farid Kurnia Sandi. Maka dengan memanfaatkan website yang telah dibuat, jangkauan wilayah pemasaran UMKM yang ada di Desa Pulosari akan semakin luas serta mudah dalam proses pemasarannya.



Gambar 4. Website UMKM Desa Pulosari

Sumber: google (<https://sites.google.com/view/portalumkmpulosari/beranda>)

Sedangkan tahap branding dilakukan dengan merancang kembali bentuk kemasan yang digunakan. Setelah mendapatkan bentuk kemasannya, kami membantu proses produksi yogurt jamu, dilanjutkan dengan melakukan foto produk kembali atau bisa disebut rebranding. Pembaruan foto produk bertujuan agar saat diposting ke media sosial dapat memberikan warna baru untuk menarik perhatian konsumen.



Gambar 5. Foto Produk Yogurt Wong Djamoe sebelum di Rebranding
 Sumber: pemilik UMKM Wong Djamoe



Gambar 5. Foto Produk Yogurt Wong Djamoe setelah di Rebranding

Produk jamu yang diproduksi oleh UMKM “Wong Djamoe” memanfaatkan hasil dari peternak sapi perah di sekitar, karena mayoritas masyarakat Desa Pulosari berprofesi sebagai peternak sapi perah. Hasil dari susu perah yang ada tidak hanya dijual sebagai bahan baku mentah saja, tetapi karena adanya kreativitas salah satu warganya akhirnya susu tersebut diolah menjadi yogurt rasa jamu dan *ice cream* rasa jamu, berbeda dengan produk yang sudah ada di pasaran pada umumnya. Inovasi pengolahan susu sapi perah menjadi yogurt tersebut harus diterapkan di tingkat masyarakat dan peternak sapi perah (Sawitri dkk., 2018). Melalui inovasi produk yang dilakukan, dapat membuat semua kalangan yang bosan dengan olahan jamu biasa bisa mencoba olahan produk minuman jamu yang lebih modern. Produk olahan susu sapi memberikan manfaat positif terhadap kesehatan maupun ekonomi yang dapat meningkatkan harga jual dan pendapatan bagi UMKM “Wong Djamoe”. Selain itu inovasi yang dilakukan juga memberikan kesejahteraan perekonomian bagi peternak sapi Desa Pulosari tersebut. Dari segi pembuatan produk yogurt “Wong Djamoe” ini memanfaatkan susu sapi murni yang dihasilkan dari peternak di desa tersebut. Selain susu sapi, produk ini juga memerlukan bakteri *Lactobacillus B* (biasanya menggunakan yogurt merek biokul atau greenfield) untuk membantu susu sapi murni menjadikan yogurt. Bahan utama dari rasa-rasa yogurt yang digunakan adalah serbuk jamu temulawak, kunyit, jahe, dan kencur). Dalam prosesnya masih kurang higienis karena pemakaian alat yang digunakan untuk memasak olahan lainnya.

Selain itu terdapat kekurangan pada proses pemasarannya, yaitu tidak ada tanda pengenalan di rumah produksi seperti banner sehingga selama penjualan masih banyak yang belum mengetahui rumah produksi dari UMKM “Wong Djamoe”. Maka dari itu, kami memutuskan untuk membuat banner dengan keterangan tambahan informasi dan desain yang terlihat menarik bertujuan agar memudahkan customer mengetahui dimana letak rumah produksi sekaligus penjualan yang dilakukan di rumah produksi “Wong Djamoe”.



Gambar 6. Penyerahan Banner UMKM Wong Djamoe

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Dengan melakukan sebuah inovasi secara terus-menerus yang dilakukan oleh pelaku UMKM ini dapat meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan, menambah varian rasa baru dari sebelumnya. Mengkombinasikan yogurt dengan jamu adalah sebuah inovasi yang unik, tidak semua orang dapat membuat inovasi dan mengolah yogurt dengan jamu. Dari sebuah inovasi tersebut pelaku UMKM memiliki keunggulan tersendiri dalam produknya, sehingga dalam lingkup usaha yang sama-sama menjual kasiat di dalamnya, produk UMKM ini memiliki lingkup pemasaran tersendiri dan dapat bersaing di industri minuman kekinian dengan cita rasa jamu.

V. KESIMPULAN

Di Indonesia, UMKM merupakan salah satu aspek penting yang sangat berpengaruh dalam perekonomian. Lingkungan di dunia bisnisterus mengalami pertumbuhan dan perubahan yang semakin cepat setiap tahunnya. Hal tersebut mendorong banyaknya bermunculan bisnis baru, seperti halnya bisnis jamu yang semua orang dapat membuat bisnistersebut. Maka dibutuhkan inovasi pada sebuah produk agar dapat menciptakan peluang dan daya tarik bagi UMKM dalam meningkatkan usaha yang mereka miliki. Salah satu UMKM yang ada di Desa Pulosari Kecamatan Bareng, Kabupaten Jombang Jawa Timur melakukan sebuah inovasi dengan mengolah jamu menjadi yogurt dan ice cream yang dijalankan oleh pemuda bernama Farid Kurnia Sandi. Pelaksanaan kegiatan pengabdian dilakukan untuk membantu pengembangan inovasi produk dengan melakukan branding produk dan digital marketing kepada UMKM tersebut. Dengan adanya FGD (*Focus Group Discussion*), sosialisasi digital marketing dan branding produk ini bersama pelaku UMKM salah satu diantaranya UMKM Wong Djamoe dapat disimpulkan bahwa jika kedua aspek tersebut dilakukan secara maksimal, maka akan dapat berdampak besar bagi pemasaran produk. Dan secara keseluruhan, branding produk dan digital marketing ini dua aspek penting yang saling melengkapi satu sama lain. Dengan melakukan branding yang kuat dan memanfaatkan strategi digital marketing yang efektif, dapat memperluas jangkauan merek, memperoleh lebih banyak pelanggan, dan membangun hubungan yang lebih erat dengan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

Puspitasari, W., Setiawan, I. N., Widiastuti, T., Fitriani, L. N., & Bulqis, T. (2022). PELATIHAN PENGEMBANGAN PRODUK KEMASAN UMKM PRODUK JAMU HOMEMADE DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN DAGANG DI ERA GLOBALISASI DAN PANDEMI. *Jurnal Pengabdian Mandiri*, 1(5), 773-778.

- Muliasari, H., Ananto, A. D., & Andayani, Y. (2019). Inovasi Dan Peningkatan Mutu Produk Jamu Pada Perajin Jamu Gendong di Kota Mataram. *Prosiding PEPADU*, 1, 72-77.
- Bukit, F. R. A., A.S, G. G., Irvan, I., & Fahmi, F. (2019). Pembuatan Website Katalog Produk UMKM Untuk Pengembangan Pemasaran dan Promosi Produk Kuliner. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 3(2), 229. <https://doi.org/10.30595/jppm.v3i2.4317>
- Setiawan, G. H. (2023). Peran Pemuda Desa Pulosari dalam Pemberdayaan Peternak Sapi Perah. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 1(1), 13-22.
- Sawitri, A. P., Ajiningrum, P. S., & Suhardiyah, M. 2018. Peningkatan Ekonomi Peternak Sapi Perah dan Masyarakat Desa Melalui Diversifikasi Produk Olahan Dengan Bahan Baku Susu Sapi. *JPM (Jurnal Pemberdayaan Masyarakat)*, 3(2), 272-278.
- Ramadani, A. C., Rahmawati, E., Kusumanigtyas, M., Nugraheni, R. G., Kristianawati, A., & Stiyanti, E. (2022). INOVASI YOGHURT “YOU GOT” JAMU DALAM PENINGKATAN KESEHATAN MASYARAKAT. *Jurnal Inovasi Daerah*, 1(2), 59-70.
- Chikmah, A. M., Hidayah, S. N., Studi, P., Kebidanan, D. I. I. I., & Harapan, P. (2022). Cashew Yogurt sebagai Bahan Pangan Fungsional yang Menunjang Good Life Style pada Anak. *Jurnal Ilmiah Kebidanan*, 9(2), 150–158.
- Gaguk Heri Setiawan. (2023). Peran Pemuda Desa Pulosari dalam Pemberdayaan Peternak Sapi Perah. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(1), 13–22. <https://doi.org/10.58540/isihumor.v1i1.146>
- Harianingsih, H., & Suwardiyono, S. (2019). PELATIHAN PEMBUATAN YOGHURT BAGI KELOMPOK USAHA PENGOLAH SUSU SAPI BOYOLALI. *ABDIMAS UNWAHAS*, 4(2). <https://doi.org/10.31942/abd.v4i2.3011>
- Lina, T., Damayanti, C. S., Fauziah, H. A., Krisnanto, A., Ningrum, Z. K., & Erliyanti, N. K. (2022). PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DESA KALIPUCANG MELALUI PENGEMBANGAN INOVASI PRODUK KEJU MOZZARELLA “MOOCHIZ” DAN PEMANFAATAN LIMBAHNYA. *Jurnal Abdimas Teknik Kimia*, 3(1), 45–49. <https://doi.org/10.33005/jatekk.v3i1.64>
- Afiyanti, Y. (2008). Focus group discussion (diskusi kelompok terfokus) sebagai metode pengumpulan data penelitian kualitatif. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 12(1), 58-62.